

**ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN
DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP
KEPUTUSAN MELAKUKAN PERPINDAHAN MEREK
PADA KONSUMEN ROKOK ARDATH DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



MELEK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SUABAYA

DIAJUKAN OLEH

**KADEK RATIH ARIANI
No. Pokok : 049912838-E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

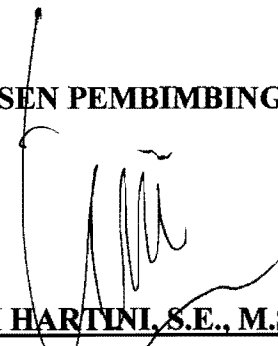
**ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN
DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP
KEPUTUSAN MELAKUKAN PERPINDAHAN MEREK
PADA KONSUMEN ROKOK ARDATH DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :
KADEK RATIH ARIANI
No. Pokok : 049912838 E



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



SRI HARTINI, S.E., M.Si

TANGGAL *6 April 2004* **.....**

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

TANGGAL *8 April 2004* **.....**

ABSTRAKSI

Perpindahan merek merupakan sesuatu yang menarik dan perlu dikaji oleh pemasar yang tidak ingin kehilangan pelanggan. Karena itulah penelitian ini ingin mengkaji hal-hal yang bisa mengakibatkan perpindahan merek, khususnya ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi. Jadi penelitian ini bertujuan menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen rokok Ardath di Surabaya.

Untuk melakukan penelitian ini digunakan alat analisis *Logistic Regresion* yang menggunakan persamaan regresi model logit. Ini dikarenakan skala pengukuran untuk variabel terikatnya menggunakan model kategorik atau dummy. Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 11.5 *For Windows* diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -4,005 + 0,652X_1 + 0,925X_2$$

Dari model persamaan regresi diatas terlihat bahwa nilai koefisien regresi kedua variabel bebas yang terdiri dari ketidakpuasan konsumen (X_1) dan kebutuhan mencari variasi (X_2) adalah positif. Ini berarti bahwa ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen Ardath. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi akan diikuti dengan kenaikan keputusan perpindahan merek pada konsumen Ardath dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen rokok Ardath di Surabaya. Hal ini diketahui dari hasil uji Chi-square yang besar tingkat signifikansinya $< \alpha$ 0,05. Dilihat dari koefisien determinasi Nagelkerke yang besarnya 0,261, yang berarti 26,1% keputusan perpindahan merek pada konsumen rokok Ardath di Surabaya disebabkan oleh adanya ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi.

Secara parsial pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen rokok Ardath di Surabaya adalah signifikan. Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikansi uji Wald yang lebih kecil dari α 0,05. Dan dari Exp (B) diketahui bahwa kebutuhan mencari variasi memberikan kontribusi lebih besar terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen Ardath, dibandingkan kontribusi ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen Ardath. Hal ini bisa dilihat dari nilai Exp (B) pada variabel kebutuhan mencari variasi (2,523) yang lebih besar dibandingkan pada variabel ketidakpuasan konsumen (1,920).